

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dalam perekonomian saat ini menciptakan konsep baru dengan nama ekonomi kreatif yang menjadi alternatif yang tepat dan secara aktif menopang keberlangsungan perekonomian di Indonesia saat ini. Perkembangan di dunia ekonomi dan bisnis pada saat ini telah mengalami pergeseran dari ekonomi sumber daya menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas.

Ekonomi kreatif mempunyai konsep dimana ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input dalam mendorong pembangunan ekonomi dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik pula. (Wiko, 2010:22). Konsep ekonomi kreatif pada mulanya berkembang di negara Amerika Serikat dan Inggris. Perkembangan ekonomi kreatif pada kedua negara tersebut memberikan dampak bagi negara lain khususnya negara yang berada di kawasan Asia.

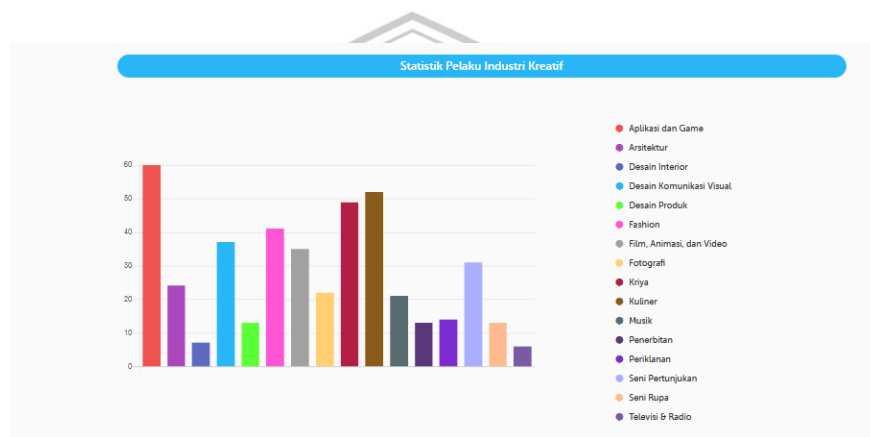
Ekonomi Kreatif pada dasarnya kegiatan ekonomi yang mengandalkan kreatifitas berpikir untuk menciptakan hal yang baru dan berbeda yang memiliki makna dan nilai (Suryana 2013:35) Pada saat ini telah ada beberapa arah dari bentuk pengembangan ekonomi kreatif, seperti pengembangan dengan titik fokus pada industri berbasis, diantaranya, lapangan usaha kreatif dan budaya (1), Lapangan usaha kreatif (2) atau hak kekayaan intelektual seperti hak cipta (Depperdag, 2007).

Ekonomi kreatif sendiri bisa memberikan manfaat ekonomi dan mendorong menciptakan ide ide kreatif maupun inovasi baru untuk menciptakan sebuah persaingan dalam dunia ekonomi dan bisnisserta secara garis besar dapat menghasilkan pendapatan secara maksimum dan mampu mengangkat kesejahteraan masyarakat. Secara wacana maupun pendapat ekonomi kreatif memiliki sudut pandang yang tidak serta merta menguntungkan secara ekonomi,melainkan ekonomi kreatif dapat menguntungkan dari segi moral,budaya,alam dan lingkungan masyarakat (Gerriya, 2000:129).

Adapun sub sektor dalam ekonomi kreatif yaitu, (1) Periklanan (Advertising),(2) Arsitektur,(3) Pasar Barang seni,(4) Kerajinan,(5) Desain,(6) Fashion,(7) Video,Film,dan Fotografi,(8)permainan interaktif(Game),(9) Musik,(10) Seni Pertunjukkan,(11) Penerbitan dan Percetakan,(12) Layanan komputer dan Piranti Lunak,(13)Televisi dan Radio,(14)Riset dan Pengembangan, (15) Kuliner (DEPPERDAG RI ,2008). Pada saat ini perkembangan ekonomi kreatif menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) ada 16 subsektor ekonomi kreatif yaitu : Aplikasi dan game developer, Arsitektur, Desain Interior ,Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukkan, Seni Rupa, Televisi dan radio.

Konteks Ekonomi Kreatif ini dapat ditemukan dalam kota-kota besar misalkan Kota Malang ini . Kota Malang merupakan salah satu kota yang cukup besar di Jawa Timur dan merupakan sebuah kota dengan sebutan Kota

Pendidikan. Terkait dengan nama lain Kota Malang yang menjadi sebuah kota Pendidikan, Hal ini mengacu dengan ketersediaan sumber daya manusia yang sangat berlimpah dan proses pemasaran yang sangat baik. Salah satu bentuk strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan pemanfaatan *landmark* kota atau kegiatan sosial seperti festival sebagai *venue* untuk mengenalkan produk yang menjadi icon daerah.



**Sumber : Malang Crative Fusion (MCF)**

Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Malang dapat dilihat statistik pelaku industri kreatif yang semakin meningkat pada setiap sub sektor nya menurut Malang Creative Fusion. Ekonomi kreatif dapat dikembangkan dengan ketersediaan sumber daya manusia dan kreatifitas sebagai salah satu penggeraknya. Kota Malang sendiri telah menghasilkan berbagai output dari industri kreatif ini. Kerajinan keramik merupakan wujud dari output dari industri kreatif di Kota Malang. Sektor Kuliner pun juga banyak dijumpai di Kota Malang ini, output dari industri kreatif sektor kuliner pun banyak ditemukan di pinggir jalan dan sudut keramaian di pusat kota. Banyaknya makanan serta minuman yang berinovasi menambah pusat persaingan dalam

sektor kuliner guna menarik minat konsumen. Sektor Fashion juga marak kita jumpai dengan hadirnya berbagai macam store store ternama di Kota Malang ini. Kreatifitas dari sumber daya manusia ini harus terus dikembangkan guna mendukung proses kemajuan ekonomi kreatif sendiri di Kota Malang.

Pengembangan Ekonomi kreatif sendiri bisa menjadi penopang perekonomian lokal untuk pembangunan daerah jangka panjang. Sektor Keuangan dan harus aktifnya campur tangan pemerintah dalam mendukung keberhasilan ekonomi kreatif di Kota Malang harus ditingkatkan kembali agar dapat memberikan dukungan untuk para pelaku ekonomi kreatif. Sumber utama untuk menggerakkan ekonomi kreatif sendiri ialah modal bagi para pelaku ekonomi kreatif ini. Hal ini juga menjadi penghambat, karena modal bukanlah faktor utama, melainkan kreatifitaslah yang menjadi faktor utama penggerak ekonomi kreatif.

Berdasarkan kondisi inilah peneliti mengambil objek penelitian di Kota Malang untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif sektor fashion, kuliner, kerajinan, musik yang menjadi icon Kota Malang dengan melihat peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan ?

### **C. Batasan Masalah**

Batasan bertujuan untuk mempermudah dan menjelaskan penelitian yang dilakukan agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada.

1. Dalam penelitian ini dibatasi dengan mendiskripsikan strategi dalam pengembangan Ekonomi kreatif sektor Musik (Arema voice), Sektor Kuliner (Keripik tempe Bapak Sanusi ), Sektor Fashion ( Ultras), Sektor Kerajinan ( Bantengan Kidang Talun Pak Wasit)

### **D. Tujuan Masalah**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif sektor fashion, kuliner, kerajinan, musik yang menjadi icon Kota Malang dengan melihat peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan

### **E. Manfaat**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah di daerah

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pemerintah Kota Malang dalam upaya peningkatan kesejahteraan dan mengurangi angka pengangguran serta kemiskinan yang ada.

2. Bagi masyarakat

Peneilitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat memberikan informasi gambaran mengenai strategi pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Malang dalam

rangka meminimalisir angkakemiskinan dan pengangguran di wilayah Kota Malang dengan konsep Ekonomi kreatif.

3. Bagi akademis

Sebagai bahan referensi dan bacaan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.



